

O Exército e a Mídia Embutida



Tenente-Coronel Tammy L. Miracle, Exército dos EUA

ALGUNS LÍDERES militares acreditam que negar o acesso da mídia às atividades militares é um erro. O General (Res) Wesley K. Clark, do Exército americano, agora analista militar, acredita que, como resultado da “mentalidade do Vietnã”, os militares cometeram um erro ao limitar a cobertura, pela imprensa, da Guerra do Golfo Pérsico. Segundo disse o General, “tivemos a batalha de carros de combate da 1ª Divisão Blindada, que foi simplesmente incrível, talvez o maior combate blindado já travado, mas nem uma única imagem foi revelada ou documentada pela imprensa para a história.”¹ Um oficial do Exército americano comentou: “Não havia ninguém lá para contar a história de nossos jovens que, expondo-se ao perigo e lutando pela grande missão, obtiveram êxito num terreno realmente árduo. Perdeu-se uma grande oportunidade, que espero não se repita no futuro.”²

Na Operação *Iraqi Freedom*, aproximadamente 500 jornalistas, fotógrafos e equipes de repórteres foram embutidos nas unidades militares americanas e britânicas; outros 2.000 jornalistas independentes se encontravam no Kuwait. Durante o período de planejamento para a guerra, a Vice-Secretária de Defesa para Comunicações Sociais, Vitória Clarke, disse aos repórteres que eles teriam mais acesso do que lhes foi permitido durante a Guerra do Golfo e a do Afeganistão. Afirmou ainda que “É do nosso interesse que o povo veja através da mídia, as mentiras e as táticas falazes que Saddam empregará”.³ Clark fez

está afirmação depois que os jornalistas americanos reclamaram terem sido proibidos de participar junto das tropas americanas, durante os primeiros meses da campanha no Afeganistão.⁴ Um programa onde a mídia é embutida nas unidades garante que a mesma tenha todas as oportunidades para observar as operações de combate ao vivo.

A oficial de comunicação social Coronel (Res) Melanie R. Reeder, desdobrada no Afeganistão durante a Operação *Enduring Freedom*, confirmou que as orientações iniciais recebidas eram restritas e passivas, devido as sensibilidades da nação hospedeira. Cel Reeder disse: “Quando a posição do Departamento de Comunicação Social mudou de passiva para ativa, foi difícil alcançar as unidades e colocar a mídia junto a elas.”⁵ Cel Reeder disse ainda que os oito repórteres embutidos na Operação *Anaconda* ajudaram a abrir um caminho para um programa em grande escala de mídia embutida aprovado pelo Secretário de Defesa para a Operação *Iraqi Freedom*.

Cel Reeder, que participou da redação do capítulo de comunicação social elaborado no Centro de Lições Aprendidas, no Forte Leavenworth, em Kansas, que analisa o comando de comunicação social do componente das forças terrestres das forças de coalizão no Afeganistão disse: “Quando os jornalistas receberam acesso às operações, foi contada a história correta. Quando os mesmos não receberam informações, o resultado foi especulação, desinformação e inexatidão da matéria.”⁶



Departamento de Defesa

Jornalistas civis preparando-se para embarcar em um helicóptero CH-46 Sea Knight em direção a posições avançadas perto de Ad Diwanyah, em março de 2003.

Acesso da Mídia sem Precedentes

Antes da Operação *Iraqi Freedom*, o Secretário de Defesa Donald Rumsfeld e o Chefe do Estado-Maior Conjunto, General Richard B. Myers emitiram uma diretiva que dizia: “Devemos organizar e facilitar o acesso da mídia nacional e internacional às nossas forças, inclusive aquelas engajadas em operações terrestres. Nosso objetivo é fazer certo desde o início, e não dias ou meses após o começo da operação. Iremos utilizar sistemas de comunicações e equipes de comunicação social conjuntas bem treinadas para a mídia internacional ver, de primeira mão, as operações da coalizão.”⁷ Essas mudanças no regulamento afetam profundamente a forma como os Oficiais de Comunicação Social operam. Equipes de repórteres, jornalistas individuais e fotógrafos são designados para uma unidade de combate específica por vários dias, semanas ou meses.

Na Operação *Desert Storm*, o Exército rejeitou os jornalistas enquanto o Corpo de Fuzileiros Navais (CFN) os aceitou totalmente. No seu livro *Hotel Warriors Covering the Gulf War*, John Fialka escreveu que o CFN recebeu muita cobertura porque tinha uma “aptidão especial para a comunicação social que fez com que os jornalistas se perguntassem se ele e o exército eram do mesmo país.”⁸

Até agora, as notícias recebidas da Operação *Iraqi Freedom* revelam que o programa da mídia embutida está

funcionando. Os jornalistas embutidos têm um acesso sem precedente às tropas, e o público americano está vendo cenas ao vivo das ações do Exército no Iraque. Entretanto, depois que assente a poeira irão estes jornalistas reclamar que os comandantes das unidades impuseram muitas regras que os impediram de contar a verdadeira história? Os jornalistas já observaram que muitas vezes são impostas algumas restrições sobre o que podem relatar, mas essas limitações são baseadas somente na segurança operacional e na proteção da força.

O nível de cooperação entre jornalistas e soldados depende do comandante da unidade. Uma cobertura jornalística positiva indica que os comandantes do Exército estão receptivos e dispostos a aceitar os jornalistas embutidos até mesmo no campo de batalha. Talvez surja um novo nível de confiança entre soldados e jornalistas. Isto, por si só, poderá vir a ser história.

Os jornalistas que deram cobertura à Operação *Desert Storm* ficavam nos hotéis em Riyadh ou Dhahran enquanto as batalhas estavam sendo travadas. Dos 1.600 representantes da mídia que se encontravam na Arábia Saudita, apenas 10% conseguiram produzir histórias cujos conteúdos viraram notícias e história documentada. Apesar disso, a ausência da mídia durante a Operação *Desert Storm* não foi somente culpa do Exército. As autoridades sauditas estavam relutantes e preocupadas em permitir que jornalistas entrassem no país e fizessem uma reportagem que pudesse ofender alguma sensibilidade cultural.⁹

Um Novo Nível de Confiança

O atrito entre o Exército e a mídia não é nada novo. Muitos líderes do Exército, e não apenas os líderes da era do Vietnã, têm uma profunda desconfiança da mídia e são cautelosos sobre o que dizem à ela. Uma possível explicação para essa desconfiança é que jornalistas nem sempre fazem uma reportagem com calma. Responsabilidade, uma parte fundamental do jornalismo, está, em geral, ausente, e a terminologia militar essencial e fatos críticos são algumas vezes publicados incorretamente. Em alguns casos, as histórias são completamente inventadas.

Em julho de 1998, a revista *Time* e a CNN pediram desculpas publicamente por terem publicado uma reportagem sobre a Operação *Tailwind*, onde alegavam que as forças americanas haviam empregado gás tóxico dos nervos durante a Guerra do Vietnã.¹⁰ April Oliver foi a produtora da reportagem para a CNN e o correspondente de guerra Peter Arnett foi quem leu a reportagem. Os nomes de Oliver e Arnett também foram publicados no artigo apresentado na revista

O repórter do Los Angeles Times, John Hendren, que acompanhou a 3ª DI ao Kuwait antes da guerra, disse: "Viver em barracas com esses homens, comendo o que eles comem e limpando a sujeira dos copos, é uma experiência totalmente diferente. Sem dúvida, existe a preocupação de se conhecer tão bem as pessoas que se acaba por sentir pena deles."

Times. O artigo relata uma operação militar altamente secreta no Laos, com o objetivo de assassinar todos os desertores americanos. Supostamente, a operação não deu certo e os comandantes terrestres empregaram gás sarin para matar os soldados inimigos bem como os civis. No dia seguinte, essa notícia foi manchete em todos os jornais do país.

O Departamento de Defesa iniciou uma extensa investigação. Nas pesquisas realizadas não apareceu nenhuma evidência do emprego do gás sarin, como também não era o objetivo da Operação *Tailwind* aniquilar os desertores americanos. O Centro de História Militar entrevistou vários indivíduos identificados como tendo informação de primeira mão sobre a operação, mas nenhum sabia do emprego de sarin ou de qualquer outro agente químico letal. O único objetivo da missão era atacar as instalações na trilha Ho Chi Minh para criar uma finta para outra operação.

Na tentativa de evitar ainda mais danos, a revista *Time* publicou uma carta redigida pelo editor pedindo

desculpa aos leitores. Oliver foi despedida e o produtor Jack Smith pediu demissão. Arnett, que inicialmente foi repreendido por sua atuação na história, foi mais tarde despedido devido à incansável pressão imposta pelo Pentágono.

Durante a Operação *Iraqi Freedom*, Peter Arnett foi novamente despedido, desta vez, pela rede de televisão NBC. Supostamente, Arnett falou na televisão estatal do Iraque que o esforço de guerra aliado havia falhado devido à resistência iraquiana. Tom Johnson, diretor executivo do Grupo de Notícias CNN, fez uma declaração dizendo que não podia apoiar a versão contada por Arnett: "A culpa é dos editores, produtores, repórteres e executivos responsáveis pelo programa e seu conteúdo."¹¹ Uma mídia embutida nas unidades teria impedido tal desinformação.

Outra razão pela qual o Exército estaria relutante em embutir a mídia durante a guerra seria a responsabilidade de proteger os jornalistas. Como pode um soldado evitar que um repórter, cheio de entusiasmo, ultrapasse a linha do perigo para tirar aquela fotografia que lhe daria o prêmio Pulitzer? O que acontece se um jornalista for preso? De acordo com a Convenção de Genebra de 1949, os jornalistas credenciados acompanhando uma força militar, são considerados parte dessa força e devem ser tratados como prisioneiros de guerra.¹² Também, pode haver perigo ne segurança, considerando-se o que estes jornalistas podem saber.

Ao contrário do Tenente-Coronel (Res) Oliver North, do CFN dos EUA, jornalista da rede FOX de televisão, a maioria não tem um entendimento militar da guerra. As atuais diretrizes do Pentágono, não permitem que jornalistas embutidos carreguem armas, usem um carro particular, ou se desliguem da unidade militar.

Durante a primeira semana da Operação *Iraqi Freedom*, quatro jornalistas foram mortos e nenhum deles fazia parte da mídia embutida. Em 2001, 37 jornalistas morreram; oito foram mortos dando cobertura à guerra no Afeganistão.¹³ O jornal britânico *The Guardian* publicou que o Talibã estava oferecendo \$50.000 dólares para os afegãos que matassem jornalistas ocidentais.¹⁴

Os chefes de agências e executivos de redes jornalísticas são, em geral, os primeiros a pedir socorro quando se encontram em perigo. Em 1989, durante a invasão do Panamá pelos Estados Unidos, jornalistas foram presos dentro do Hotel Marriott. Os militares americanos resgataram os jornalistas, mas durante o processo três soldados foram seriamente feridos e um fotógrafo espanhol foi morto.

Antes da Operação *Iraqi Freedom*, entre 300 e 500 organizações jornalísticas se instalaram no Hotel Al Rashid em Bagdá.¹⁵ Durante uma reunião antes da



Departamento de Defesa, Praça Josh McCoy

Apenas um dos aspectos das complexas operações realizadas por soldados americanos no Iraque.

guerra, o General Clark falou: “Não podemos tomar decisões [pela mídia], porém podemos reconhecer o extraordinário perigo resultante da sua presença [em Bagdá].”¹⁶

Perdendo Autonomia?

Nem todas as organizações jornalísticas estão satisfeitas com o relaxamento das restrições aos repórteres concedidas pelo Pentágono. Alguns jornalistas mudaram de idéia sobre o programa de mídia embutida. Por exemplo, antes da Operação *Iraqi Freedom*, o apresentador da televisão CBS, Dan Rather, disse: “Tenho muito medo. Há uma diferença muito pequena entre embutido e sepultado.”¹⁷ Rather temia que a mídia perdesse sua independência em troca do acesso às linhas de frente. Ele disse: “A melhor reportagem do mundo não vale nada se você não puder sair com vida para contá-la.”²² Após a primeira batalha no Iraque, Rather disse: “Repito para dar ênfase, não foi perfeito...; em alguns casos a mídia foi embutida, mas eles não permitiram que acompanhassem as unidades mais avançadas. Mas não há muito que reclamar, e sim muito para ser aplaudido.”¹⁹

Algumas agências de notícias pensam que a mídia embutida é um meio de os militares controlarem as notícias.²⁰ Antes da guerra, jornalistas expressaram preocupação porque teriam de esperar dias para publicar uma notícia, porque a transmissão poderia revelar

a localização das tropas. Outros reclamavam que as unidades para as quais haviam sido designados talvez não entrassem em ação. Os jornalistas também temiam que, pelo fato de estarem embutidos, o público poderia considerá-los influenciados pelos militares ou incapazes de apresentar uma visão imparcial da situação. O repórter do *Los Angeles Times*, John Hendren, que acompanhou a 3ª DI ao Kuwait antes da guerra, disse: “Viver em barracas com esses homens, comendo o que eles comem e limpando a sujeira dos copos, é uma experiência totalmente diferente. Sem dúvida, existe a preocupação de se conhecer tão bem as pessoas que se acaba por sentir pena deles.”²¹

Os jornalistas embutidos devem fazer um grande esforço para escrever com objetividade e aqueles que são responsáveis sabem a diferença. Se o público acredita que o Pentágono aprovou o embutimento dos jornalistas como um meio de controlar as notícias ao invés de comunicá-las, saiba que o Exército não tem nada a ganhar com isso.

A mídia tem acompanhado o CFN em suas operações com muito sucesso durante anos. Após a Guerra do Golfo em 1991, Fialka examinou oito agências de notícias. Embora o Exército tivesse empregado 200.000 homens mais do que os Fuzileiros Navais, ele concluiu que havia apenas 271 artigos sobre o Exército e 293 sobre os Fuzileiros. Fialka disse: “Se Ernie Pyle tivesse conseguido embutir-se com os Fuzileiros durante



Departamento de Defesa

Jornalistas de várias agências de comunicações documentando a destruição de uma estátua em Tikrit, um dos últimos vestígios do regime de Saddam Hussein. Iraque, julho de 2003.

a Guerra do Golfo, teria corrido o risco de ser açoitado por oficiais querendo que ele desse cobertura às suas unidades. Se ele tivesse sido designado para o Exército, teria grande probabilidade de se perder, não ter condições de se comunicar ou ser isolado ou rejeitado pelos perturbados comandantes terrestres com a mentalidade do Vietnã, preocupados em evitar que os jornalistas se aproximassem muito das tropas.”²² O Exército não pode ter medo de contar sua história.

O bem-sucedido programa de comunicação social e a mídia talvez tenha mudado o comportamento do Exército com os meios de comunicações. Antes da guerra contra o Iraque, dizia-se que Saddam Hussein poderia cometer atrocidades contra os civis Shiitas e depois declarar que as mesmas tinham sido cometidas pelas tropas americanas.²³ Os jornalistas devem assegurar-se que o mundo veja a verdade exibida pelos dedicados e profissionais soldados americanos. Hoje, os homens e mulheres uniformizados são os melhores do mundo. Sua história sobre o Exército será de 1ª classe.

Campo de Treinamento do Departamento de Defesa para a Mídia

O campo de treinamento ajuda os jornalistas embutidos a formar um relacionamento com as forças militares e a prepará-los para os rigores do combate,

inclusive à probabilidade de serem expostos a armas químicas e biológicas. O Departamento de Defesa deveria exigir que todos os jornalistas que pretendem ser embutidos nas unidades militares atendam o campo de treinamento. As equipes jornalísticas que participam desse treinamento podem testar novos equipamentos de comunicações e conexões via satélite. O Pentágono deve continuar a fazer este treinamento tão realista quanto possível. São poucos os repórteres veteranos de guerra ou que tenham experiência em combate.

O Exército deve colocar soldados extremamente competentes para administrar o programa da mídia embutida para minorar o tipo de crítica recebida após a Operação *Desert Storm* (sobre o gerenciamento das operações de comunicação social). Segundo Fialka, “O que vimos foi um sistema de comunicação social do Exército, uma carreira sem futuro para os oficiais, dotado de um punhado de incompetentes ali colocados por generais que temem a mídia, alguns dos quais ainda a culpam pelo fracasso da Guerra no Vietnã.”²⁴ Por outro lado, dedicados oficiais de comunicação social têm sido responsáveis pelo êxito da mídia na Guerra do Afeganistão. Além disso, o Exército deve continuar a depender dos oficiais de comunicação social da Guarda Nacional e do Componente da Reserva dos EUA, os quais, em muitos casos, são

membros dos meios de comunicação civil e poderiam ser de grande ajuda na implementação do programa para a mídia.

Além do programa da mídia embutida, os oficiais de comunicação social do Exército e os oficiais de escolta devem estar equipados para apoiar centenas de jornalistas que operam independentemente durante as operações militares. Para os jornalistas, a Operação *Iraqi Freedom*, foi considerada a primeira guerra digital “verdadeira”.²⁵ Os grupos jornalísticos possuíam “micro-câmeras, videofones ligados a satélites, laptops para a edição de vídeos e antenas parabólicas portáteis.”²⁶ Os oficiais de comunicação social devem ter a capacidade física e os recursos para apoiar equipes jornalísticas de alta tecnologia.

Os líderes do Exército devem considerar a mídia desde os primeiros estágios do planejamento da guerra. Os planejadores logísticos, por sua vez, devem incluir no processo operações de comunicações sociais e de apoio à mídia no período pós-conflito. Os oficiais de comunicação social precisam de meios suficientes de transporte e de pessoal competente para a escolta dos jornalistas.

Embutir a mídia aproxima o soldado do povo americano e torna o combate mais humano. Cooperação entre a mídia e o Exército é essencial para que o programa seja eficaz. Os jornalistas devem compreender o significado de segurança operacional e respeitar as

preocupações do comandante da unidade com referência à mesma. Os jornalistas embutidos devem seguir as regras impostas a eles, para a sua própria segurança e a das tropas. Devem estabelecer confiança e credibilidade com o comandante e aprender a empregar a terminologia e as siglas corretamente.

Durante a Guerra contra o Iraque, os americanos receberam notícias 24 horas por dia, 7 dias por

Segundo Fialka, “O que vimos foi um sistema de comunicação social do Exército, uma carreira sem futuro para os oficiais, dotado de um punhado de incompetentes ali colocados por generais que temem a mídia, alguns dos quais ainda a culpam pelo fracasso da Guerra no Vietnã.”

semana; o povo escutava as notícias, lia, via na televisão e navegava à sua procura na Internet. O mundo pode observar como a mídia entrevistou os soldados e os oficiais e praças mostraram ao público que são profissionais, treinados, disciplinados e prontos para arriscarem suas vidas pelo país. Os jornalistas embutidos nas unidades do Exército oferecem uma oportunidade para o mundo ver a capacidade do soldado americano e sua dedicação à missão. **MR**

Referências

1. Walter Isaacson, “News From the Frontline,” *The Wall Street Journal*, 9 de janeiro de 2003, Seção de Opinião.
2. Kerry Sanders, “Pentagon Recommends Boot Camp for Journalists Covering the War,” Televisão CNBC; Noticiário de Brian Williams, 10 de fevereiro de 2003.
3. Howard Kutz, “A Battle Plan for the ‘03 Campaign,” *The Washington Post*, 20 de janeiro de 2003, p. D1.
4. “Afghanistan: Report Says Pentagon Restricted Journalists’ Access to War,” *Radio Free Europe*, endereço na Internet <www.rferl.org/inca/features/2002/08/05082002154516.asp>, 4 de março de 2003.
5. CeL Melanie R. Reeder, entrevista pelo autora, 2003, Forte Leavenworth, Kansas.
6. *Ibid.*
7. Diretriz 101900ZFeb 03 expedida pelo Secretário de Defesa.
8. John J. Fialka, “Hotel Warriors Covering the Gulf War” (Washington, DC: Woodrow Wilson Center Press, 1992), p. 2.
9. Publicação Conjunta (JP) 3-61, Doutrina para Comunicação Social em Operações Conjuntas (*Doctrine for Public Affairs in Joint Operations*), Washington DC: U.S. Government Printing Office [GPO], 14 de maio de 1997, p. 1-3.
10. April Oliver e Peter Arnett, “Operation Tailwind,” *Time* e *CNN*, 7 de junho de 1998.
11. Allan Wolper, “CNN’s CIA Connection: New Tailwind Controversy,” *Editor & Publisher Inc.*, 132: pp. 1-2.
12. Jennifer Harper, “Embedded Media Gets Mixed Reviews in Early Stages of the War,” *The Washington Times*, 25 de março de 2003, Nation, p. A12.

13. Para mais informações sobre o Comitê para a Proteção dos Jornalistas ver na Internet: <www.cpj.org/>.
14. “The Guardian”. Não foi fornecida informação sobre a referência.
15. Mathew Rose e Emily Nelson, “Media Will Put Reporters’ Safety First,” *The Wall Street Journal*, 12 de março de 2003, p. B1.
16. Victoria Clarke, brifin antes da guerra. Não foi fornecida informação sobre a referência.
17. James T. Madore, “Journalists: Back to the Front; Some Skepticism Over ‘Embedding’ of Media,” *Newsday*, 3 de março de 2003, p. A14.
18. *Ibid.*
19. Dan Rather, entrevistado por Larry King, *CNN Larry King Live*, 14 de abril de 2003.
20. Susan B. Glasser, “Media and Military Try Experiment in Openness,” *The Washington Post*, 7 de março de 2003, p. A14.
21. Howard Kurtz, “Media Weigh Costs, Fruits of ‘Embedding,’” *The Washington Post*, 11 de março de 2003, p. A15.
22. Fialka, p. 7.
23. Walter Isaacson, “News from the Frontline,” *The Wall Street Journal*, 6 de janeiro de 2003, p. A19.
24. Fialka.
25. Emily Nelson, “TV Crews Plan to Employ a Range of High-Tech Gear Unavailable in 1991 Conflict,” *The Wall Street Journal*, 12 de março de 2003, p. B1.
26. *Ibid.*

A Tenente-Coronel Tammy L. Miracle desempenha suas funções no Centro de Estudos Estratégicos e Internacionais na Escola de Guerra do Exército dos EUA.